



CosmoCaixa, una eina de canvi social¹

JOSEP FONT SENTIAS

Gestor cultural i director del Museu de Granollers

1

1. La Plaça de la Ciència del CosmoCaixa. Fotografia: Olga Planas.

Este artículo analiza las bases conceptuales, la trayectoria y algunas variables de gestión de CosmoCaixa, el nuevo Museo de la Ciencia inaugurado el año 2004 en Barcelona. Con la articulación de un nuevo discurso museológico y una notable ampliación de la oferta, tanto en superficie como en contenidos y servicios, CosmoCaixa tuvo un arranque fulgurante, con una total adhesión por parte del público, de los especialistas y de los medios de comunicación. A dos años de la inauguración se evalúa el impacto y se describe el reconocimiento social del museo. También se hace balance de los veinticinco años de existencia del museo, marcados por la voluntad de innovar y de acercar la ciencia a la sociedad, así como del alcance que tiene en la cultura la reorientación social de "la Caixa" y de otras instituciones.

This article looks at the conceptual foundations, direction and some administrative variables of CosmoCaixa, Barcelona's new science museum,

¹ Vull expressar el meu agraïment per la seva col·laboració a companys retrobats de la Fundació la Caixa, i especialment a l'Anna Sanahuja, directora de CosmoCaixa, així com a Glòria Juncosa, Pau Rausell i Manuel Toharia.

² Ajuntament de Barcelona. *Enquesta El Fòrum de les Cultures. Presentació de resultats*. Maig del 2006

PRESENTACIÓ

La tardor de 2004 va ser densa en fites culturals a Catalunya: inauguració del CosmoCaixa, clausura del Fòrum de les Cultures i culminació de la remodelació del Museu Nacional d'Art de Catalunya. És il·lustratiu de la seva transcendència que la Família Reial presidís tots tres esdeveniments (el Príncep va clausurar el Fòrum i el Rei va inaugurar els dos Museus). Eren projectes que havien generat molta expectació i que van tenir molta repercussió mediàtica.

Per a la mesura dels resultats, tot evitant lectures esbiaixades, dos anys és temps suficient, ja que l'any 2006 el MNAC és també objecte de reflexió en un altre article i s'ha quantificat part del llegat del Fòrum en una enquesta² que ha refermat el sediment agredolç de l'experiment, al posar en evidència el limitat impacte que va tenir entre els barcelonins.

Aquest article descriu l'impacte del CosmoCaixa i n'analitza algunes variables de gestió i posicionament a partir de la trajectòria del Museu de la Ciència i del context institucional de l'Obra Social de la Caixa.

Atenent al relleu que els mitjans de comunicació exerceixen en la difusió i prescripció de continguts, així com en la creació d'opinió pública –assumint gradualment un rol substitutori al d'institucions seculares com la família o l'església–, hem resseguit l'itinerari del Museu a partir de les notícies publicades als mitjans, evitant una aproximació acadèmica o sistemàtica al seu contingut.

opened in 2004. With its renewed museological discourse and considerable increase in size, contents and services, CosmoCaixa has been an instant and lasting success with the public, specialists and the media. Two years on, its impact is evaluated and its social recognition examined. The article also takes stock of the museum's 25 years of existence, marked by a commitment to innovate and bring science closer to the people, and of the effect this social reorientation of "la Caixa" and other institutions is having on culture.

EL MUSEU DE LA CIÈNCIA, UN PROJECTE PIONER EN UNA ÈPOCA DE CANVIS

El Museu de la Ciència de la Fundació Caixa de Pensions obre al públic el dos de juny de 1981. El fet, però, no és notícia. Aquell dimarts La *Vanguardia*³, que costa 30 ptes., dedica íntegrament la portada al «Homenaje de Cataluña a nuestros ejércitos», celebrat a Barcelona amb motiu de la *Semana de las Fuerzas Armadas*. El 1981 és un any d'inflexió, d'intensa crisi i alhora de gestació, temps pel canvi: sentim l'eco del recent 23-F en els articles que el diari reproduïx de la Constitució espanyola sobre la missió de l'exèrcit. L'editorial valora, en contrast, el discurs de Narcís Serra el dissabte anterior al Saló de Cent, en la recepció als Reis. Hi ha hagut sorpresa: ha ofert públicament sol·licitar la candidatura olímpica de 1992. L'editorial ho qualifica d'audaç, valent, atrevit i legítim. Tot dependrà, diu el diari de la «civilitat» dels ciutadans, de la «voluntat de convivència en llibertat» i de la «pau interior». Temps difícils, també, perquè a l'interior se'ns informa d'una nova víctima de pneumònia atípica, un fenomen no batejat encara com a «cas de l'oli de colza». El llenguatge utilitzat mostra com de distant està la societat de la ciència. En els continguts de cultura destaca la publicació al *BOE* del traspàs de la gestió del Museo Nacional de Arqueología de Tarragona, del Dipòsit Legal i dels Arxius Provincials. La programació de televisió no ocupa gaire espai, al diari, ja que l'oferta es limita a la 1a i a la 2a cadena.

Època constitutiva, ja que aquell 1981 Barcelona organitza el Patronat de Turisme, precisament perquè la ciutat no és cap destí turístic i l'obra de Gaudí no és encara Patrimoni de la Humanitat. La Generalitat ha encarregat a Eusebi Casanellas les directrius del que serà el mNACTEC, que posarà en valor el patrimoni industrial de Catalunya, amb un discurs que integrarà tècnica, societat i territori⁴. És també l'any que el *Gernika* de Picasso arriba a l'Estat espanyol, un estat que encara no és membre de la Comunitat Econòmica Europea.

Aquells anys "la Caixa" està fent una reconversió de l'Obra Social, que havia quedat obsoleta en una societat que ja garanteix uns mínims assistencials. Crea la Fundació com a instrument per canalitzar tota l'obra social i cultural i aposta decididament per la cultura. Quan el Museu s'inaugura ja fa mig any que ha presentat al Palau Macaya un tapís d'encàrrec en l'exposició d'obra gràfica de Joan Miró. Aquell 1981 està acabant, a la Diagonal, la construcció de les torres de Josep Anton Coderch, on es traslladaran les oficines centrals, amb el tapís de Miró presidint el vestíbul, i des d'on el símbol de la Caixa es projectarà arreu.

El Museu de la Ciència és pioner en molts aspectes. És la primera adaptació a l'Estat espanyol d'un *science center*, una tipologia museística que té

3 La *Vanguardia*, 02/06/1981

4 CASANELLAS, Eusebi (2003). «Un museo en el territorio: el Sistema de la Ciencia y de la Técnica de Catalunya», a *Revista de Museología*. Núms. 27-28, p. 61-66. L'article fa referència als diferents plantejaments entre els *science centers* i les bases conceptuals del mNACTEC. Els *science centers* –dels quals el Museu de la Ciència n'és una adaptació– són similars entre ells i estan descontextualitzats de la societat on estan ubicats, el que contrasta amb les directrius de l'ICOM, que, als anys 80, advocaven per reforçar des del museu la identitat dels habitants de la comunitat. El mNACTEC, es basarà en el territori per donar a conèixer la implantació de la industrialització a Catalunya.

com a referent l'Exploratorium de San Francisco, inaugurat el 1969, basat en la museografia interactiva (*hands on*) i en l'experimentació. La guia del museu⁵ explicita els principis que l'inspiren: voluntat de fugir de plantejaments espectaculars, identificació del públic escolar com a segment preferent, ús d'un llenguatge divulgador i entenedor sense defugir el rigor i les necessitats de l'usuari com a prioritat. La guia, com el Museu, s'ordena en els àmbits de l'òptica, de les ones, de la percepció, de la mecànica, l'estació meteorològica i el planetari. El Museu està ubicat al vessant de migdia del Tibidabo, en un edifici modernista que permet disposar de 1.500 m² per a exposicions, dels que 300 m² estan reservats a exposicions temporals. L'oferta expositiva es complementa amb tallers escolars i amb l'organització de jornades científiques i d'un festival de cinema científic. Constitueix també tota una novetat la utilització de l'avaluació formativa en la producció de tallers i exposicions. El museu arrenca amb un preu de 500 ptes. en tarifa normal i un horari ininterromput de les 10 del matí a les 8 del vespre.

Es fàcil d'imaginar la reacció del col·lectiu educatiu davant la possibilitat de poder visitar un museu on els alumnes es deleixen per anar-hi, on són entenedors fenòmens estranys a la percepció, com ara la pressió atmosfèrica, on s'expliquen amb comoditat els efectes dels moviments de la terra i les magnituds de l'apassionant univers que ens envolta. No cal ni contrastar el contingut, l'accessibilitat o les propostes didàctiques del Museu respecte a les dels pocs centres i col·leccions d'història natural, gestats per investigadors i per a investigadors, on l'imaginari projecta només imatges d'animals embalsamats, vitrines centenàries empolsinades i olor de formol.

DEL MUSEU DE LA CIÈNCIA AL COSMOCAIXA, ALGUNES SEQÜÈNCIES

L'evolució de la demanda al museu va fer que el 1985 el nombre de visitants s'atansés ja als 300.000, una xifra insòlita aquells anys, o que el 1989 el Servei de Museus de la Generalitat considerés el Museu de la Ciència com el més visitat de Catalunya, seguit del Museu Dalí, del Museu Picasso i de la Sagrada Família. En les memòries de "la Caixa" es va arribar a comparar el volum de visitants del Museu de la Ciència amb el Museu del Prado. El segment escolar⁶ era el predominant, com ho era la procedència barcelonina i catalana del públic, que, amb els anys, s'anirà ampliant a d'altres comunitats de l'Estat espanyol.

Hem escollit, per il·lustrar el llarg itinerari del museu, alguns flashos representatius de la direcció seguida.

- A inicis dels anys 90 s'incorpora Jorge Wagensberg com a director, procedent de la Facultat de Física de la Universitat de Barcelona. La concepció que té de la ciència, de la seva funció social, de la muse-

⁵ Fundació Caixa de Pensions. *Museu de la Ciència. Guia del Museu*. Barcelona, 1986. 1a. edició 1981. ISBN 84-500-9428-3.

⁶ Dels 283.324 visitants del 1985, per exemple, un 39,9 % són escolars.



ologia i de l'avaluació contínua de l'oferta del museu són factors bàsics per comprendre l'evolució posterior del Museu.

- A força de vèncer constreyniments legals, “la Caixa” s'expandeix a gran velocitat, i amplia el nombre d'oficines de 399 a 2.337 entre el 1976 i el 1991. Aquest procés desemboca en la fusió de la Caixa d'Estalvis i Mont de Pietat de Barcelona i la Caixa de Pensions per a la Vellesa i d'Estalvis de Catalunya el 1990. L'expansió i la reestructuració obligaran a proveir d'activitats culturals les places on la Caixa s'implanta. El Museu fa de laboratori de prototips i produeix exposicions que després itineren per l'Estat espanyol.
- El Museu eixampla el discurs museològic i els serveis. Introdueix la biologia amb l'exposició permanent *El planeta viu*, que inclou organismes vius, no només exhibint-los com en els aquàriums, sinó seguint criteris interactius. A escala internacional, aquesta incorporació és valorada com a innovació en la museologia de ciències. S'amplien els segments de públic, des de l'educació infantil amb *El Clik dels nens* a exposicions de públics massius i de gran impacte mediàtic com la dels *Dinosaures*, temàtica que esdevindrà fenomen social amb *Jurassic park* i que genera les primeres cues de públic al Museu.

a. L'evolució del discurs expositiu del Museu no es limita a l'ampliació de les ciències que hi són tractades. De forma gradual, es



2. La Plaça de la Ciència, amb l'edifici històric i el nou equipament del CosmoCaixa. Fotografia: Figueroa Stallart

fa ús de peces originals com a recurs museogràfic. El tractament de la ciència és més evocador, amb guions que tenen un registre més narratiu o experimental. Algunes exposicions són clarament anticipants i són mostra dels canvis operats, com «...i després fou la Forma», que, teixint relacions entre forma i funció, entre formes espontànies, vives i intel·ligents, i tractant les formes de la natura i de l'art, condensa una nova visió de la ciència que posteriorment s'aplicarà al nou museu, on perviu part del guió d'aquella exposició. En una altra exposició, *Huracà 1714*, la Ciència ja no és l'objecte directe d'atenció. S'hi descriu l'enfonsament de dos galions espanyols sorpresos per un huracà a la República Dominicana. Una narració que ens acostava a la ciència a partir del relat històric, de la fantasia i de l'evocació.

- b. Durant la segona meitat dels anys 90, l'èxit dels equipaments culturals de "la Caixa" i la seva amortització impulsen a emprendre noves inversions en immobilitzat per a obra cultural. Es proposa l'ampliació del Museu de la Ciència, es projecta un nou Centre Cultural a Barcelona i la creació d'un Museu de la Ciència a Madrid⁷. Amb *Huracà 1714* conclou conceptualment la primera etapa del Museu. Ha estat un cicle de dinou anys que, tal i com mostra la taula 1, ha anat incrementant el nombre de visitants, amb un total de 333.000 visites/any de mitjana.

⁷ *Cinco Días*, 05/02/1999. El director general de la Fundació Caixa de Pensions, Lluís Monreal, anuncia 42 milions d'euros al Museu de Barcelona per al període 1998–2001; 18 per a l'homòleg de Madrid i 18 milions més per a la remodelació de la Fàbrica Casarramona com a Centre Cultural.

⁸ La Vanguardia, 20/08/1998

⁹ Avui, 25/01/1999: «El museu de la ciència ha patit una sotragada a causa de les obres que té en curs». La Vanguardia, 05/02/1999: «...el museo de la ciencia de "la Caixa" pierde en un año 100.000 visitantes».

¹⁰ La Vanguardia, 18/02/1999: «La ampliación del Museo de la Ciencia se inaugurará en la primavera de 2001».

¹¹ ABC, 30/07/1999. Declaracions de Jorge Wagensberg.

¹² Integrant la despesa consolidada de tots els capítols (incloent-hi per tant les inversions). Entenem per despesa pública l'executada pel Departament de Cultura de la Generalitat, les diputacions provincials, la totalitat d'ajuntaments de Catalunya i els consells comarcals. Elaboració pròpia a partir de les dades contingudes a: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Estadístiques culturals 2005.

¹³ El País, 15/01/2000. S'especifica el total invertit per les aportacions de les administracions públiques. En la notícia es fa ressò que a tres anys de la inauguració del Museu l'activitat econòmica generada pel Museu havia suposat l'ingrés en la Hisenda Foral de més de 90 milions d'euros a través de l'IVA, l'IRPF i l'impost de societats.

¹⁴ La Vanguardia, 06/11/2005. Revista. «El giro social de la Caixa. Ricardo Fornesa recupera el espíritu fundacional de la entidad».

¹⁵ 24/09/2004. La Vanguardia: «El rey inaugura Cosmocaixa»; ABC: «El rey inauguró Cosmocaixa, el nuevo museo de la ciencia de Barcelona»; El Periódico: «El rey y la infanta Cristina...»; El País: «Cosmocaixa comienza su andadura con el objetivo de atraer un público amplio y diverso».

¹⁶ Diari de Terrassa, 24/09/2004. Columna de Ramon Bosch.

¹⁷ 26/09/2004, El País: «Cosmocaixa arrasa en su noche inaugural»; Avui: «Cosmocaixa obre les portes amb una gran festa popular»; La Razón: «Para todos los públicos»; 27/09/2004, Avui: «Ple el primer dia de Cosmocaixa»; La Vanguardia: «Pasión por la ciencia»; El Periódico: «Colapso cósmico».

¹⁸ ANUNCIOS 15/11/2004.

S'anuncia⁸ el nou museu per al 2001. L'inici de les obres el 1998 obliga a tancar l'edifici del Museu i part del contingut es trasllada al Centre Cultural. La provisionalitat repercuteix en el nombre de visitants⁹, dada que recull la premsa, sempre amatent a aquest indicador. Però ja se sap que les grans obres requereixen temps. A inicis del 1999 encara es manté la inauguració per al 2001¹⁰, però mig any després s'ajorna al 2002¹¹. La tossuda realitat farà posposar l'obertura molt de temps, encara. La premsa fa de testimoni asèptic dels ajornaments i, mentrestant, s'obre un equipament de la Caixa que tindrà molt poc eco a Catalunya. S'inaugura CosmoCaixa, el nou Museu de la Ciència a Alcobendas, Madrid, el mes de març de 2000.

Han transcorregut ja set anys des del tancament del Museu de la Ciència. S'ha publicat que la inversió efectuada per la Caixa en el nou museu és de 120 milions d'euros. A efectes d'elaborar una escala de magnituds anualment a Catalunya la despesa pública no arriba als 100 milions d'euros¹². Consignem també que la inversió efectuada s'atansa als 132 milions d'euros invertits al Guggenheim¹³.

El 2004 la despesa de l'Obra Social de "la Caixa" es distribueix a parts iguals entre obra social i cultura¹⁴. És l'any en què la Caixa decideix reorientar la seva acció cap a l'obra social, gravitant en noves actuacions per a la prevenció de la violència, per als joves, els desafavorits, les persones dependents, per a la reinserció o per al medi ambient. A la part final de l'article detallem i valorem aquest gir. Acabat l'estiu ha arribat el moment, finalment, d'inaugurar el nou Museu. S'acaba de fer públic que es dirà CosmoCaixa i que fins després de Nadal l'entrada serà gratuïta. L'expectació és màxima.

COSMOCAIXA, EL NOU MUSEU DE LA CIÈNCIA

El 23 de setembre de 2004: L'efecte inauguració, una eufòria col·lectiva

«El rei inaugura CosmoCaixa» és titular en moltes capçaleres de portada¹⁵. Acompanyats per tot l'equip directiu de la Caixa, hi assisteixen la ministra de Cultura, el president de la Generalitat i el del Parlament. «És un dels esdeveniments culturals més importants que s'han produït a Barcelona», s'escriu¹⁶. Els dies 26 i 27, amb l'apertura del Museu al públic les primeres impressions són inequívokes: aclamació, sorpresa, agraïment i èxit sense matisos. Unes 14.000 persones visiten el museu el primer dia. «El museu arrasa» o «Col·lapse còsmic», es publica¹⁷.

Als efectes de la informació sobre la inauguració s'hi afegeixen els d'una campanya publicitària de llançament per fer present CosmoCaixa a diaris, revistes, opís, tanques, banderoles, autobusos, televisió i cinema. S'han

produït tres espots, dos de 30'' per a la televisió i un de 45'' per al cinema¹⁸. Aquesta acció publicitària fa possible arribar a capçaleres i segments de públic distants de l'oferta museística. La revista *Pronto*¹⁹, per exemple, li dedica dos reportatges amb titulars com «El Museo de la ciencia más moderno de Europa abre sus puertas en Barcelona». Publiquen articles sobre CosmoCaixa revistes com *National Geographic*, *La Revista dels Súpers*, *Woman*, *Viajar*, *Rutas del Mundo*, *El mundo viajes* etc. Se'n fan ressò revistes franceses i angleses i publicacions especialitzades que elogiaven el recurs a l'emoció com a vehicle d'expressió, la interactivitat i la utilització dels cinc sentits²⁰.

Les expectatives generades i l'anunci de gratuïtat tenen una resposta massiva dels visitants. La mitjana de visites arriba a 5.000 en dies feiners i a 15.000 els festius. Les cues als museus estan ja integrades en el paisatge urbà, però l'«efecte llançament» del CosmoCaixa és de tal magnitud que haurà de figurar, destacat, en les efemèrides culturals: l'accés al museu esdevé un tema d'ordre públic i per primera vegada a Catalunya un museu aconsegueix alterar la circulació viària, causant retencions de vehicles a la Ronda de Dalt²¹. La situació d'aglomeració i col·lapse altera la vida del barri i provoca la reacció dels veïns²², que han passat de la tranquil·litat més absoluta a veure els carrers envaïts per milers de persones i de vehicles, i que força la Guardia Urbana a organitzar un dispositiu especial.

Participen d'aquesta eufòria col·lectiva tant el públic com els directius del Museu i els mitjans de comunicació. Un article afirma²³ que «el CosmoCaixa està deixant enrere els populars museus del Barça i el Picasso, que hauran de conformar-se amb posicions més discretes en la llista dels més visitats a Catalunya». Wagensberg declara que el CosmoCaixa «acull una mena de peregrinació a aquest santuari del coneixement» i pronostica que «si manté aquesta mitjana arribarà als 3 milions de visites anuals». També detecta canvis d'actitud: «abans era molt més del model tocar un botó i córrer mentre que ara hi ha una actitud d'exploració de la ciència».

Durant la campanya de Nadal el clímax no decau. Es fan previsions ambicioses mentre s'afirma que 10.000 escoles ja han demanat reserva per visitar el museu²⁴. Alguns mitjans²⁵ s'anticipen a l'inevitable còmput de visites de final d'any, informant que des de la recent inauguració «casi alcanza los 900.000 visitantes del Museo Picasso el 2003 o los 880.000 del Museo Guggenheim de Bilbao». La Vanguardia²⁶ atorga un semàfor verd a Jorge Wagensberg i es fa ressò de l'èxit titulant: «La Navidad trae más pasión por la ciencia» «Las largas colas vuelven a CosmoCaixa por Navidad». I per si fes falta fer encara més palès el reconeixement a l'equip impulsor del CosmoCaixa, TV3, fent balanç dels fets informatius més importants de l'any, selecciona, en l'apartat de Cultura, *L'Any Dalí*, l'èxit

¹⁹ *Pronto* 09/10/2004 i 02/10/2004

²⁰ *Giornale de la comunicazione della Scienza* (gener del 2005).

²¹ *La Vanguardia* 13/10/2004: «Colas y atascos, la otra cara del éxito de CosmoCaixa». «Más de 17.000 personas pasaron ayer por el CosmoCaixa». «Hubo momentos en los que en la cola aguardaban para poder entrar más de 7.000 personas». «Durante la jornada de ayer se registraron fuertes retenciones entre las 10.20 y las 14 horas, concentradas especialmente en el carril derecho y en la rampa de acceso de la salida 7 en dirección Besos».

²² *El Punt*. 18/11/2004: «Els veïns de Sant Gervasi es queixen per l'allau de públic que atreu el CosmoCaixa». «El portantveu veïnal diu que els caps de setmana les sortides de la Ronda de Dalt estan col·lapsades. Katy Carreras-Moysi, regidora del districte, demana paciència i diu que la Guàrdia Urbana té un dispositiu especial el cap de setmana». «Jorge Wagensberg demana que les visites siguin esglaonades i recorda que el pàrquing del Museu costa només 1€/hora. També expressa "màxima satisfacció" i diu que "hem demostrat que perquè una cosa sigui popular no necessàriament ha de ser de mala qualitat"».

²³ *Avui* 15/11/2004: «Fer cua per aprendre».

²⁴ *El Periodico*, 28/12/2004: declaracions de Blanca Moll, cap de l'Àrea de programació: «esperamos que vengan todos los colegios de Catalunya en el primer año, aunque no sé si lo lograremos... En el viejo museo las visitas escolares suponían el 50% del total».

²⁵ *El País*, 28/12/2004.

²⁶ *La Vanguardia*, 30/12/2004.



de les pel·lícules *El senyor dels anells* i *Mar adentro* així com la inauguració del CosmoCaixa²⁷.

Per valorar i concloure l'efecte inauguració del Museu, són prou contundents les 858.139 persones que l'han visitat en poc més de tres mesos. Aquesta xifra, a Catalunya, és veritablement excepcional. Però és que disposem, a més, d'una font d'informació sobre demanda cultural molt significativa. Sis mesos després de la inauguració, la Diputació de Barcelona²⁸ estava portant a terme un ambiciós estudi sobre hàbits de consum cultural als municipis. Preguntada la ciutadania pel nom del darrer museu visitat, els resultats van ser aclaparadors: Un 17,0% de ciutadans van declarar que CosmoCaixa era el darrer museu visitat, mentre que els següents en el rànquing estaven a molta distància, com ara el MNAC (amb un 4,4%); el Museu Dalí (4,0%); el Museo del Prado (3,7%), etc.. Hi ha una gran escletxa entre CosmoCaixa i els següents més visitats, sobretot tenint en compte que el MNAC també havia tingut un notable impacte mediàtic derivat de la inauguració de la darrera etapa de reformes.

²⁷ Televisió de Catalunya, 30/12/2004. Programa *Alta Tensió*, presentat per Carles Francino.

²⁸ DEMOSCERC. *Enquesta d'hàbits i consum cultural a 17 municipis de la província de Barcelona* és un projecte dirigit a municipis amb més de 50.000 habitants. El model d'enquesta permet comparacions amb altres investigacions d'àmbit supramunicipal. La mostra total és de 13.600 enquestes, que es distribueixen en 500 per a cadascun dels municipis. El treball de camp es va fer entre abril i juny de 2005. Preguntades per les activitats realitzades en els darrers dotze mesos en el conjunt dels dotze municipis es demanava també pel darrer museu visitat.

²⁹ *La Vanguardia*, 22/11/1998: «De las bacterias procariotas a Shakespeare».

Tant d'optimisme, però, no és la millor forma d'analitzar el CosmoCaixa. Per a impressions menys epidèrmiques i endinsar-nos en el projecte cal descriure les bases conceptuals del nou museu.

El nou discurs museològic

En el període en què es bastia el nou museu, Jorge Wagensberg anticipava, a pinzellades, les bases conceptuals i la museologia que guiaven el nou museu: Els àmbits²⁹ resultaven de l'argumentació següent: l'univers està quasi buit; la matèria n'ocupa una part mínima; la major part d'aquesta matèria és inert (estels, planetes); només una ínfima part és matèria viva, de la qual només una part és intel·ligent, de la qual només una part és



civilitzada. Aquests quatre estrats són els que inspiraran els quatre àmbits en què s'articularà el nou museu de la ciència. S'anunciaven novetats³⁰: «El nuevo museo no seguirá un concepto tradicional, sino que estará basado en la naturaleza». Es pretenia proximitat amb el públic³¹: «Será un museo transparente...Queremos que el público se emocione, que perciba el museo con los 5 sentidos. Que vea, toque, que huela y escuche». Es ponderava l'equilibri entre rigor, emoció i risc de tematització³²: «Hi ha els museus clàssics, sobretot els d'història natural, molts dels quals s'havien quedat massa ancorats en el "concepte vitrina"... Queda clar que la vitrina s'ha trencat. Ara, és important que aquesta tendència no se'n vagi cap a l'altra banda i s'oblidi l'objecte real... que és l'error de molts museus que, sense adonar-se'n, van lliscant cap al parc d'atraccions.... S'ha d'evolucionar en altres coses, però no sacrificar l'emoció de l'objecte real. Hi ha moltes exposicions que són com un llibre enganxat a la paret. T'hi passeges i estàs llegint un llibre de text. Això, en realitat, és una estafa».

En una entrevista concretava³³: «(...) Hem arribat a la conclusió que la natura no té cap culpa dels plans d'estudi. Capgirarem el que han estat els museus de la ciència moderns tradicionals, dedicats bàsicament a la física. La idea és partir d'un tros de natura i tractar-la amb la ciència que calgui, tant si és matemàtiques, com si és física, com si és història... Quant a contingut serà des d'abans del quark fins després de l'art... La idea és considerar el visitant com a part activa de la visita. No només serà interactivitat manual, sinó que hem descobert dos aspectes més d'interacció. Una és la mental. Ens interessa molt que el visitant tingui més preguntes a la sortida que a l'entrada, i no tres o quatre respostes a preguntes forçades. A part també una interactivitat emocional, perquè la ciència és universal, però sempre hi ha alguna manera cultural que té a veure amb els nostres valors i tradicions. Un museu de la ciència també és important per ensenyar al foraster coses del país».

3. El mur geològic. Fotografia: Olga Planas

³⁰ *Expansión*, 18/02/1999.

³¹ *La Vanguardia*, 18/02/1999. Entrevista a Jorge Wagensberg.

³² Ajuntament de Barcelona. *Barcelona verda*. Abril del 1998. Núm. 57. Entrevista a Jorge Wagensberg.

³³ *Avui*, 30/05/1998: Entrevista a Jorge Wagensberg.

Hi ha un llenguatge propi, específic de la museologia³⁴: «He descobert al llarg d'aquests anys que la museologia té una paraula pròpia: el més important és la realitat, la realitat concentrada: ni maquetes ni dinosaures que parlen. Jo no vull que vingui la gent mitjançant tècniques de màrqueting com l'exposició sobre James Bond que es prepara a Londres o de l'estil de Juràssic Park. La realitat en si és prou seductora. La gent va al museu si se sap traduir la realitat de forma museogràfica».

Quina és la prioritat d'un museu de la ciència? En un museu es pot ensenyar, informar, formar o entretenir, però per a qualsevol d'aquests objectius, afirma Wagensberg³⁵, existeixen mitjans més eficaços. La funció, allò propi que el museu pot fer millor que ningú, és l'estimulació. El museu és insubstituïble en l'inici del procés cognitiu, en passar de la indiferència a voler aprendre.

CosmoCaixa proposa una nova forma de «com» explicar la ciència. En contrast, però, amb un dels títols de Wagensberg *A más cómo, menos porqué* aquests plantejaments museològics i museogràfics tenen una ferma base conceptual: en el «perquè» del Museu, la socialització de la ciència s'identifica com una necessitat bàsica³⁶: «La idea és neutralitzar una gran contradicció que hi ha en el món actual: la ciència és segurament la forma de coneixement que més impacte té en la vida de cada dia i en el nostre futur i la que menys estímuls provoca en el ciutadà. Això és una contradicció d'ordre democràtic: com és possible que allò que més influeix en el nostre futur sigui al mateix temps el que menys coneixem.»

El discurs del CosmoCaixa s'integra, seguint la categorització que proposa Fernando Bragança Gil³⁷, en els museus de ciència de tercera generació³⁸. Per generacions, podem seguir l'evolució dels museus de ciències exemplificant la primera en el Palais de la Découverte. L'antic Museu de la Ciència respon a la segona generació, que pretenia atreure l'atenció dels joves cap a la pràctica i reflexió científiques mitjançant centres *hands-on* o *do-it-yourself*. Aquests centres, molts d'ells espectaculars, van ser contestats per la seva indiferenciació, per adaptar-se poc a les característiques de la societat que els acollia. La tercera, l'actual, pretén fer una síntesi històrica i conceptual de les anteriors i es caracteritza per incloure originals i no fer una distinció tan gran entre museu i centre científic, però en ella és bàsica la sensibilització de la gent envers la importància de la ciència com a element fonamental de la cultura contemporània. I és que cal constatar que la ciència no està encara plenament integrada en la cultura actual. Socialment, és legítim disposar d'una visió àmplia i relativament actualitzada de la producció artística contemporània (en música, arts escèniques, visuals, literàries, etc.) amb una concepció del món anterior a la relativitat i a la mecànica quàntica.

³⁴ *Sciences et avenir*: juliol del 2006, p. 40.

³⁵ Obra Social. Fundació la Caixa. *Hacia una museología total*. Barcelona 24-28 d'abril de 2006.

³⁶ Revista de la UB. Any III.

³⁷ BRAGANÇA GIL, Fernando (1999). «Museos de ciencia: su importancia en la formación de la cultura científica», a *Revista Española de Física*. ISSN 0213-862X. vol. 13, núm. 2, p. 7-12

³⁸ Per a una tipologia complementària de l'evolució dels museus de ciències veure: SCHIELE, B.; KOSTER, E. (dir.) 1998, *La révolution de la muséologie des sciences. Vers les musées du XXIème siècle?*. Lyon: PUL, ISBN: 2-7297-0599-6.



Una nova denominació per a una oferta multiplicada

4. Vista del Bosc inundat. Fotografia: Figueroa Stallart

CosmoCaixa integra l'edifici modernista seu del primer museu. La discreció de la volumetria exterior del nou cos, projectat per Esteve i Robert Terradas, atorga protagonisme visual a l'immoble primigeni, i la seva transparència l'atorga al contingut. Cal remarcar, en aquest sentit, que la Caixa no ha volgut enlluernar amb un element arquitectònic singular i emblemàtic a l'estil Guggenheim o Ciutat de les Arts i les Ciències de València, exemples d'un model en el qual el continent és factor d'atracció tant o més important que el contingut i del que la Caixa s'aparta.

Es tracta d'un edifici de nou plantes, de les quals sis són subterrànies. Grans superfícies de cristall permeten el pas de la llum natural. Amb un total de 50.000 m² construïts, la superfície expositiva principal, situada a la planta -5, és de 6.464 m², amb una alçada mínima de 6 metres i màxima de 13, el que permet màxima versatilitat en les propostes museogràfiques. L'interior museogràfic total és de 12.200 m², comptant-hi auditoris, aules, planetari i d'altres serveis.

En el vestíbul el rètol del museu «Obra social-CosmoCaixa» fa patent la nova orientació de la Caixa, destacant «Obra social» per sobre de «CosmoCaixa» mitjançant la tipografia. El canvi de nom, curiosament, no va ser objecte de comentari a la premsa. Si exceptuem una disquisició sobre la sonoritat i l'adequació a la moda del nom triat³⁹, només un article interpreta el canvi amb la voluntat de rendibilitzar el nom de l'entitat promotora⁴⁰. En els centenars de pàgines publicades fent-se ressò del nou museu i del seu contingut, ningú no va explicar que CosmoCaixa ja feia

39 Avui. 11/10/2004. GIFREU, Josep. «De la raó cosmopolita»: "...La invocació del cosmos està de moda. La Caixa, per exemple, ho té clar: Acaba d'inaugurar el seu nou museu de la ciència amb el sonor logo de CosmoCaixa". Fa referència també a la biennal de literatura del CCCB: Kosmopolis.

40 Diari de Terrassa. 24/09/2004. BOSCH, Ramon. «CosmoCaixa»: "...els de 'la Caixa', que són llestos, han canviat el nom del Museu. Ja no es dirà més Museu de la Ciència, sinó CosmoCaixa, una manera hàbil que el nom de l'entitat patrocinadora aparegui en el nom del museu".





5. L'escala helicoidal amb l'Acariquaria des de les branques a les arrels. Fotografia: Olga Planas

6. Vista del Bosc inundat. Fotografia: Figueroa Stallart

quatre anys que s'utilitzava com a denominació del Museu de Madrid i que, simplement, va duplicar-se. El text de la placa d'inauguració, en canvi, fa referència a la seva trajectòria tot especificant que «Sa Majestat Joan Carles I va inaugurar CosmoCaixa, el nou Museu de la Ciència».

Els nous principis museològics es palesen abans d'arribar a l'exposició permanent: ja en el vestíbul, per exemple, es mostra una selecció de les fórmules científiques més transcendents de la història. La bellesa és un criteri bàsic de la tria. Baixem per la rampa helicoidal, on un majestuós arbre ens acompanya, des de les branques dels pisos superiors a les arrels de la planta -5. El text vol integrar ciència, art i territori, ja que la instal·lació, que s'havia anunciat com «La ciutat vertical»⁴¹, es titula *Acariquaria, quan la natura copia l'art* i explica, a més de les singulars propietats de l'arbre, que «els nòduls i buits de l'arbre semblen inspirats en la Sagrada Família de Gaudí».

Som a la planta -5, a l'exposició permanent. No en detallarem el contingut. A mode de panorama de la planta, ja s'ha avançat que s'estructura en els àmbits de matèria inert, presentant els pilars de l'univers; matèria viva, caracteritzant quins són els trets de la vida; matèria intel·ligent, amb l'aparició de la neurona, i matèria civilitzada, del bipedisme a l'autoconsciència. Aquesta part ocupa 3.500 m². El Bosc inundat, de 1.000 m², permet passejar per la part subterrània, la inundada, pel límit entre terra i aigua i per l'ambient aeri de la selva amazònica, amb la flora, la fauna i l'ambient d'aquest ecosistema. El mur geològic, ubicat en un altell de la planta, presenta set immensos talls de roca amb diferents llesques d'estructures geològiques, acompanyades d'experiments que en mostren la formació.

41 *El País*. 20/09/2003.

Cal destacar l'acurada selecció de peces originals paleontològiques o arqueològiques que il·lustren cadascun dels àmbits. No és voluntat de CosmoCaixa crear una col·lecció sistemàtica. El criteri per adquirir fons és museogràfic. Les peces serveixen per il·lustrar i explicar, i se seleccionen per la seva bellesa i excepcionalitat. També es trien amb la voluntat de donar a conèixer el país: l'àmbit de l'autoconsciència s'exemplifica amb una inhumació procedent del Museu de Granollers, hi ha calcàries de Crespià, gredes de la Garrotxa, estructures geològiques de Puigreig i Súria, etc.

Pel que fa a les exposicions temporals, el museu es va inaugurar amb *Iguanos*, l'espectacular col·lecció de l'Institut Royal des Sciences Naturelles de Brussel·les, i *La Línia Roja. Com fer fusta sense malmetre el bosc*, que mostrava els límits de l'explotació forestal sostenible. Posteriorment va presentar *Einstein*, amb motiu del centenari de la publicació de les teories de la Relativitat, i més recentment *Paisatges neuronals*, que, homenatjant Santiago Ramón y Cajal, presenta fotografies reals del sistema nerviós, un conjunt d'imatges de gran atractiu artístic i *Aquí, Planeta terra*, en què es descriuen els projectes mediambientals de l'Obra Social de "la Caixa" i es difonen les activitats de l'Agència Espacial Europea en el seguiment de la capa d'ozó, la desertificació, la desforestació, el trencament de les plataformes de gel, etc. Aquesta exposició s'ha integrat a l'oferta permanent i en el moment de tancar aquest article s'està ultimant l'exposició *Visca lo comú, visca lo divers*, que pretén —a través de l'observació i l'experimentació— conscienciar i canviar actituds per aconseguir un món més sostenible. Cal fer esment que la primera exposició que ha incorporat el servei d'autoguia és *Einstein*, disponible en català, castellà, anglès i francès, idiomes que es poden escollir també en el Planetari. S'està estudiant estendre aquest servei a la Sala Permanent i s'han iniciat les visites guiades a l'exposició permanent. També està a punt d'editar-se una guia del CosmoCaixa. Com en l'antic museu, l'oferta de tallers didàctics contribueix a acostar la ciència a les escoles. Cal destacar, però, l'elevada dotació d'auditoris i aules al CosmoCaixa, així com l'intensa activitat que s'hi desenvolupa més enllà de l'oferta estrictament escolar.

Un dels objectius del nou museu era esdevenir un lloc de trobada⁴² per al conreu de l'opinió pública en la ciència. Per la relació que tenen amb la ciència, Wagensberg feia una tipologia d'agents: la comunitat científica, l'àmbit que pensa la ciència; el sector productiu, que usa la ciència per a les seves finalitats; la societat en general, que en gaudeix o en pateix les derivades tecnològiques; i l'àmbit que gestiona la ciència, l'administració. Aquests agents no coincideixen entre ells. És per això que els congressos, conferències i presentacions que es programen i s'organitzen a CosmoCaixa potencien i permeten la interactuació dels col·lectius relacionats amb la ciència (els sectors acadèmic, empresarial, polític, econòmic i social), alhora que fan de plataforma de difusió i de generació de notorie-

⁴² Obra Social. Fundació la Caixa. Hacia una museología total. Barcelona 24-28 d'abril de 2006

tat. És, per exemple, destacable, l'elevat nombre d'entrevistes a participants d'actes a CosmoCaixa que han estat editades a la contraportada de *La Vanguardia*. A més de la celebritat dels entrevistats, les entrevistes tenen títols prou suggerents com ara «El viaje a Marte sólo durará 39 días» «Somos monos con hiperactividad sexual» «Creer es una ventaja evolutiva» «El ajedrez no requiere inteligencia» «A los simios no les interesa conversar» «Hay millones de mundos en el universo». Aquestes entrevistes són també presents en diaris de Madrid, ja que es procura adaptar i coordinar els actes entre Barcelona i Madrid.

Qui són els visitants? L'audiència de CosmoCaixa

Com s'ha explicat anteriorment, l'efecte inauguració del CosmoCaixa va generar una peregrinació ciutadana massiva. En poc més d'un trimestre van sumar-se 858.139 visitants, que alguns mitjans equiparaven als visitants anuals del Guggenheim. Passat l'impacte de la gratuïtat, hi havia el risc que s'esvaís l'interès per visitar el Museu. És per això que en aquest capítol s'analitza l'audiència del CosmoCaixa i la seva evolució, se'n descriuen alguns paràmetres socioeconòmics i es reflexiona sobre la necessitat d'harmonitzar l'epígraf de visitants.

Per interpretar quina ha estat l'evolució de visitants des de la darrera setmana de setembre de 2004 fins a setembre de 2006, tal i com figuren a la taula 2, utilitzem les dades de visitants a l'exposició permanent, per tal que les dades siguin homòlogues i puguin comparar-se sense equívocs en el temps. L'any 2005 van visitar l'exposició permanent 709.978 persones, el que suposa una mitjana de 59.164 persones al mes. Des de gener a setembre de l'any 2006 havien visitat l'exposició permanent 589.534 persones, és a dir, una mitjana de 65.503 persones/mes. L'increment de 6.339 persones/mes mostra que, lluny de minvar, l'interès pel Museu ha anat encara a l'alça. CosmoCaixa, per tant, és un dels museus més visitats de Catalunya, es compta com es compta, i, tan clar com que la febre dels primers mesos no podia mantenir-se, ho és que l'efecte llançament no va ser només resultat de la campanya publicitària o de l'atracció de la gratuïtat. Interpretem l'increment del 2006 com una clara consolidació de l'interès pel seu contingut. Vegem, a continuació, d'altres paràmetres dels seus públics.

Per procedència, l'audiència del CosmoCaixa presenta una singularitat respecte a la majoria de museus d'afluència massiva de Barcelona. A finals dels noranta tres quartes parts dels visitants del Museu de la Ciència eren de Catalunya, un 20% procedien de la resta d'Estat espanyol i el 5% restant eren estrangers. Amb les limitacions oportunes⁴³, actualment un 81,7% de les visites procedeixen de Catalunya⁴⁴. Els visitants de la resta d'Espanya són un 11,4% del total, mentre que els visitants estrangers suposen el 6,9%. Tenint en compte la preponderant presència del segment turístic a

⁴³ Disposem de dues fonts que informen sobre procedència. Les quantitatives, amb dades de taquilla, abasten el període gener-juny de 2006 i són les que hem utilitzat. Les qualitatives són a partir d'enquestes al públic. Els resultats d'aquesta font són força semblants a les quantitatives i són: Barcelona 77,4%; Girona 3,0%; Lleida 1,4%; Tarragona 3,4%; Espanya 8,2%; Estranger 6,6%.

⁴⁴ Un 35,5% del total de visites són de la ciutat de Barcelona. Un 16,3% de l'àrea de Barcelona, un 17,4% de la resta de les demarcacions de Barcelona, mentre que els visitants de Girona, Lleida i Tarragona tenen un pes, respectivament, del 5,6%, 2,6% i del 4,2%.



7. Vestíbul del CosmoCaixa amb la llibreria i la taquilla. Fotografia: Pilar Aymerich

museus com el Picasso, el MNAC o La Pedrera, del que no hi ha cap dubte és que CosmoCaixa és el museu més visitat pels catalans.

Per nivell de formació⁴⁵ un 60,4% de visitants tenen estudis universitaris; un 29,3% secundaris; un 8,8% primaris i un 1,5% sense estudis. Aquesta estructura, semblant a la genèrica en museus, patrimoni i d'altres sectors culturals, difereix, lògicament, de la composició social a Catalunya, on té estudis de tercer grau un 12,8% de la població⁴⁶, com s'aparta també del que volia Jorge Wagensberg quan responia, a pocs mesos de la inauguració, a quin tipus d'audiència satisfà més el museu: «...no hay más que mirar las colas para ver que hemos conseguido lo que queríamos, que era la máxima diversidad de audiencia. Se ven desde religiosas, punkis, catedráticos de universidad, niños...» «...Diversidad de edad, creencias y preparación científica»⁴⁷. Pel que fa a preparació científica, almenys, els públics dels museus són menys diversos del que hom voldria.

El preu no és el que compta

Des del 1981 la tarifa normal del Museu de la Ciència era de 500 ptes. Després de 25 anys i de multiplicar per quatre la superfície expositiva, ¿no és sorprenent que el seu preu nominal sigui encara de 3 €, com si fóssim a l'any 1981?. Mantenint el preu de 1981, la tarifa actualitzada⁴⁸ seria de

⁴⁵ Font: Enquestes al públic de CosmoCaixa.

⁴⁶ Font: Institut d'Estadística de Catalunya (IDES-CAT). 2001. Nivell formació: estudis de 3r. grau (12,8%); FP (10,7%); BUP-COU (11,0%); EGB (25,6%); E.P. (26,2%); no primaris (11,5%); resta (2,2%).

⁴⁷ TVSió (desembre de 2004) Entrevista a Jorge Wagensberg. «CosmoCaixa. La universidad del ciudadano».

⁴⁸ Hem aplicat les fórmules d'actualització de rendes de l'Institut Nacional de Estadística per al període 1981-2006, i sense comptar el diferencial d'IPC de Catalunya respecte a la mitjana de l'Estat espanyol.

11,43 €. Seguint la proporció, aquella *Vanguardia* què hem utilitzat per apropar-nos a la Catalunya de 1981 i que valia 30 ptes. hauria de costar 0,68 €. Té un cost, en canvi, de 1 €. L'accés al CosmoCaixa, doncs, s'ha abaratit espectacularment.

La tarifa normal del CosmoCaixa és molt inferior a la d'alguns museus d'art i la de museus homòlegs⁴⁹. Des de l'estiu de 2006, a més, s'està implantant la Targeta amiga per fidelitzar visitants, que permet el lliure accés individual durant un any per 5 €, i descomptes a la llibreria, al bar i en les inscripcions als cursos. Aquesta flamant targeta tenia ja a finals de setembre 2.300 usuaris i és previsible que la demanda es dispari. Cap dubte, doncs, que "la Caixa" ha aixecat la barrera del preu per garantir l'accés a la cultura, en concordança amb la seva nova dimensió social. Aquest espectacular descens, a més, pot ser símptoma d'un corrent més profund. Vegem-ho.

Hem iniciat una etapa de repensar el preu de determinats equipaments culturals. Sense posar en crisi la importància de la variable «preu» per crear valor i per finançar els museus, i sense necessitat de traçar paral·lelismes amb experiències d'altres coordenades com la dels museus nacionals anglesos, que van incorporar la gratuïtat després de llargs debats⁵⁰, podem resseguir exemples que ens atenyen més de prop, com el de Caixa Catalunya, que va introduir la gratuïtat en les exposicions a La Pedrera l'any 1998⁵¹. És possible que aquesta decisió influís en CaixaForum, ja que l'accés al Centre Cultural del Palau Macaya tenia un cost de 300 ptes. i l'anunci de la gratuïtat va ser un aspecte molt destacat en la campanya de llançament de CaixaForum. Com a hipòtesi, és plausible pensar que el trimestre de lliure accés a CosmoCaixa fos una prova: si és gratuït CaixaForum, perquè no CosmoCaixa?. A dos mesos de la inauguració, deia Wagensberg: «...es noten els efectes de tanta aflluència de públic»... «és com si haguéssim envellit vuit mesos en 50 dies»⁵². CosmoCaixa, com qualsevol equipament, té un sostre d'usuaris, com les rondes de Barcelona i els aparcaments del barri. A CosmoCaixa la gratuïtat no és «sostenible».

Què està passat, però, amb el preu? No puc pas posar en dubte la validesa dels treballs empírics que mostren com la demanda de cultura no és gens elàstica als preus; és a dir, que les variacions en els preus tenen efectes limitats en la demanda. Sense desmentir els economistes i acceptant-ne els resultats, el que és clar és que existeix un abisme en la demanda entre pagament-gratuïtat. Al CosmoCaixa, amb un preu d'entrada testimonial, les visites es tripliquen en les setmanes de gratuïtat⁵³. Hem d'imputar tot aquest augment a l'impacte mediàtic de l'anunci de la gratuïtat?. La dicotomia pagar/no pagar torna a pesar molt en la decisió de visitar equipaments culturals. Per tant, més que estudiar els efectes de petites variacions en el preu sobre la demanda, caldria explorar si estem menys

⁴⁹ Exemple de preus a 2006. Museu Dalí 10 €; MNAC 8,5 €; Fundació Miró 7,5 €; Museu Picasso 6 €; Museu d'Història de la ciutat 4 €; Museu d'Història de Catalunya 3, € . La tarifa normal del Museu de les Ciències de València és de 7,5 € .

⁵⁰ House of Commons. Should museums charge? Some case studies. London, 1989.

⁵¹ Amb aquesta decisió, Caixa Catalunya va incrementar notablement el nombre de visites a les exposicions temporals, la venda de catàlegs i va comprovar com els visitants, majoritàriament barcelonins, repetien visita.

⁵² El Punt, 18/11/2004.

⁵³ A més de la campanya de llançament, CosmoCaixa va ser gratuït del 20 al 25 de setembre de 2005 amb motiu del 1r. aniversari (35.887 visitants), del 4 a l'11 de novembre de 2005 amb motiu de la Setmana de la Ciència (34.585 visitants) i del 23 de setembre a l'1 d'octubre (100.229 visitants) coincidint amb el 2n. aniversari. En aquestes setmanes es triplica la mitjana setmanal dels mesos de referència.

disposats a pagar per determinades ofertes culturals que anys enrera i esbrinar-ne el perquè. També caldria sospesar el prendre decisions valentes per abaratir o eliminar el preu d'accés en aquells museus que depenen poc dels ingressos de taquilla per finançar-se. L'organització de l'Obra Social, en el cas del CosmoCaixa, dificulta poder aïllar-ne el pressupost, ja que la partida corresponent engloba l'àrea de medi ambient i ciència per a tot Espanya. Coneixem, però, que els ingressos de venda de tiquets cobreixen només un 30% de la despesa de manteniment de les exposicions. Parlem exclusivament de manteniment; no parlem en cap cas ni de la concepció ni producció d'aquestes exposicions, ni dels serveis de neteja, de seguretat o d'atenció al públic. El preu, a CosmoCaixa, és una eina per evitar aglomeracions i garantir la qualitat de la visita.

Organització i lideratge

La gestió del nou Museu de la Ciència s'ha modificat més en funció de la reorientació de l'Obra Social que per les noves necessitats de l'ampliació de l'oferta. La Fundació, dirigida per Josep F. de Conrado i Villalonga, està estructurada en les àrees següents:

- Àrea social
- Àrea cultural
- Àrea de gestió de centres i col·lecció d'art
- Àrea de comunicació, publicitat i relacions públiques
- Àrea d'integració social
- Àrea d'exposicions itinerants
- Àrea de producció
- Àrea de recursos humans
- Àrea de medi ambient i ciència

Jorge Wagensberg és actualment director de l'Àrea de medi ambient i ciència per a l'Estat espanyol. Les decisions sobre producció d'exposicions i organització de cicles de conferències es prenen des d'aquesta visió global.

CosmoCaixa Barcelona està dirigit per Anna Sanahuja, integrada en l'equip directiu del Museu de la Ciència com a Gerent des que Jorge Wagensberg en va assumir la direcció. CosmoCaixa està organitzada en els departaments següents:

- Atenció al visitant
- Servei Educatiu

- Departament de planificació
- Departament de promoció i venda
- Departament tècnic

Estan externalitzats el bar-restaurant, la llibreria, els serveis de neteja, la seguretat, el manteniment, i, des de l'estiu de 2006, el procés d'externalització s'ha ampliat al servei de monitoratge⁵⁴.

Actualment, el principal repte de CosmoCaixa és aconseguir fer rendible socialment la seva oferta. Aquest objectiu contempla desvetllar l'interès d'aquells col·lectius d'acció preferent de l'Obra Social, poc predisposats a l'oferta cultural, i és per això que es planifiquen accions específiques per a aquests segments. Més enllà de garantir la qualitat de la visita per a persones amb mobilitat reduïda, es pensa a com fer arribar el contingut del Museu a grups amb deficiències sensorials o a ampliar públics –que no vol dir incrementar el nombre de visites– mitjançant temes d'interès per a tothom com ara la salut, que permetin despertar l'interès per la Ciència.

Encara que actualment no n'ostenti la direcció, Jorge Wagensberg ha tingut un pes clau en la concepció i la concreció del CosmoCaixa, com ja s'ha detallat al presentar l'evolució del discurs museològic i expositiu del museu. El lideratge de Wagensberg també s'ha fet patent en l'elevat nombre d'impactes que ha tingut en premsa, ràdio i televisió, que, tal i com mostra el gràfic 1 i la taula 3, és el doble que el de les activitats infantils i educatives, per exemple. Aquest lideratge ha estat també objecte de reconeixement, com s'explica en l'apartat següent.

El reconeixement social i professional del CosmoCaixa

La identificació i adhesió dels mitjans al projecte CosmoCaixa ha estat complet. És prou significatiu, en aquest sentit, que no s'hagi localitzat ni un sol article que introdueixi punts de vista diferenciats o crítics en un nombre d'impactes en premsa que es compta per milers. A més de la premsa, el reconeixement professional va ser també immediat. El mes de novembre de 2004 es va celebrar al museu la conferència anual de l'European Collaborative for Science Industry&Technology Exhibitions (ECSITE), integrat per museus i centres científics de vint-i-cinc països europeus. Les opinions elogioses dels experts⁵⁵ van ser transmeses a la premsa per Wagensberg. Aquest reconeixement també ha estat formulat per personalitats com Eduard Punset, que destacava CosmoCaixa «...com la irrupció de la ciència dins la cultura popular»⁵⁶ o d'arquitectes com Josep M. Montaner, que dins l'Estat espanyol escollia CosmoCaixa, el Guggenheim i el museu de les coves d'Altamira a Santillana del Mar com a museus innovadors i socialment influents⁵⁷.

⁵⁴ El juliol de 2006 La Vola es va adjudicar els serveis educatius de CosmoCaixa Barcelona i Madrid. La Vola va néixer el 1981 com a escola de natura per a mestres a Sant Andreu de la Vola, una parròquia rural de la comarca d'Osona. És actualment una societat anònima laboral que ha duplicat la facturació des del 2000 (www.lavola.com).

⁵⁵ *El Punt*, 18/11/2004: «...els elogis dels experts han estat molt forts i sorprenents, fins i tot massa; mentre que les crítiques han estat de detall en un museu que està en fase de rodatge...».

⁵⁶ Revista de Barcelona. Novembre de 2004.

⁵⁷ *La Vanguardia*, «Culturas» 02/11/2005. MONTANER, Josep M. «Museos con influencia». En l'article recorda que en l'obra *Museums of influence* de Kenneth Hudson, del 1987, no hi apareixien ni museus d'art contemporani ni d'etnologia, perquè els criteris de selecció eren ser pioners en la museologia i tenir influència en l'entorn social. Va seleccionar una trentena de museus de tretze països. Cap d'espanyol.

Jorge Wagensberg també ha estat objecte de reconeixement social, amb semàfors verds en els diaris o amb editorials en que elogien la seva capacitat. L'any 2005 va rebre el Premi Nacional de la Cultura en l'apartat del Pensament Científic, «per la seva trajectòria universitària, editorial i museística al CosmoCaixa». La seva dimensió social s'ha fet present en l'obertura de cursos universitaris, en espais fixos a la ràdio o formant part de comitès de savis en grans temes.

L'any 2006 ha estat generós en distincions a CosmoCaixa. Just a finals de setembre se li lliurava un guardó de la Direcció General d'Universitats del Ministeri d'Educació i Ciència com a reconeixement de les tasques de «foment de la cultura científica, tecnològica i investigadora en l'àmbit de la joventut». El reconeixement social ha culminat amb el *Premi Europeu Museu de l'Any*, un guardó instituït pel Fòrum Europeu de Museus i al que s'havien presentat un total de 80 museus europeus en la convocatòria de 2006, que ha estat concedit a CosmoCaixa pel «seu esperit renovador, la seva creativitat i bellesa», com testimonia una placa propera a la placa d'inauguració.

Dos anys, dues plaques per a dues fites que ningú no hauria gosat ni imaginar quan, fa vint-i-cinc anys, el pèndul de Foucault va començar a oscil·lar.

S'ACABA LA VISITA, QÜESTIONS PER AL DEBAT

CosmoCaixa és fruit de vint-i-cinc anys d'experiència. A més del *background*, del primer museu manté l'edifici, el mateix horari, el submarí i el record del nom. Si avaluar és quantificar les interrelacions del triangle objectius–mitjans–resultats, es fa difícil detectar punts febles en cap dels vectors. CosmoCaixa és el resultat d'unes bases conceptuals sòlides, de creativitat, d'una bona planificació i d'una ingent dotació de recursos. S'ha evitat la temptació d'encarregar un contenidor embadalidor i uns continguts més efectistes que efectius. La proposta ha estat ratificada pels usuaris finals, pels mitjans i pels especialistes en ciències. Els resultats són contundents. Fóra insensat pretendre erosionar un èxit merescut. Com en el títol de l'exposició inaugural, però, hem identificat només una prima «línia vermella»: La temàtica de les exposicions del CosmoCaixa ens parla de biodiversitat, de destrucció d'hàbitats, de canvi d'actituds personals. El nou immoble constituïa una oportunitat per fer tangibles algunes mesures d'ecoeficiència. L'edifici és transparent, discret i s'integra en el relleu de la muntanya, però s'ha bastit sense explicar l'aplicació de mesures sostenibles en la seva construcció. La Plaça de la Ciència, per exemple, és una immensa esplanada a cel obert, amb un ampli horitzó orientat a migdia que faria eficient –i sobretot didàctica– la instal·lació de plaques solars. Cap detall, en els serveis o en el bar, no aplica allò que proposa la sala d'exposicions. Actualment, que fins i tot s'ha aprovat normativa al respecte⁵⁸, es fa necessària una presència més activa d'aquestes mesures.

Efectes sobre l'entorn.

En lloc de buscar punts dèbils a l'interior del CosmoCaixa, pot ser d'utilitat valorar com afecta l'entorn. És prou conegut que el consum cultural és un bé de tipus addictiu i que l'increment de l'oferta amplia la demanda. La demanda cultural, però, és finita i és lògic plantejar la hipòtesi que pugui produir-se un efecte *crowding out* o de desplaçament de la demanda⁵⁹. L'oferta científica, en una accepció àmplia, ha crescut els darrers anys a Catalunya, des de centres d'educació ambiental a jardins botànics, passant per centres d'interpretació o rutes i serveis als parcs naturals. El sector menys renovat és, precisament, el de més tradició en el temps: el dels museus d'història natural. Un efecte no desitjat, però clar, del CosmoCaixa és que fa envellir de cop, notablement, aquests equipaments. El contrast amb centres equiparables fa patent com de desfasats estan alguns discursos museològics i museogràfics. S'està impulsant, des de fa anys, la creació del Museu Nacional d'Història Natural aplicant la tipologia de la llei de museus⁶⁰. Per organitzar un sistema tipus MNACTEC, amb el règim jurídic i econòmic de la llei vigent, potser no és imprescindible crear un museu «nacional». El que és peremptori és la renovació d'aquests centres. I no admet dilació perquè el raonament de fons que justifica CosmoCaixa no pot ser privatiu del sector privat. És deure del sector públic neutralitzar la contradicció que expressava Wagensberg al preguntar-se com pot ser que la ciència, essent la forma de coneixement que més impacte té en les nostres vides i en el nostre futur, sigui la que menys estímuls ens provoca. Els museus de ciències naturals, sovint sota protecció exclusiva de l'administració local, requereixen un pla de xoc que permeti articular infraestructures, línies de recerca i presentació de col·leccions amb estàndards actuals.

Què són els «visitants» dels museus?

Per seguir l'evolució de la demanda al CosmoCaixa ens hem valgut de les dades, parcials i restrictives, de visitants a l'exposició permanent, en lloc d'utilitzar les xifres de visites tal i com s'expressen a la taula 4. Les visites integren a l'exposició permanent les visites a les exposicions temporals (que es comptabilitzen amb cèl·lules fotoelèctriques) i als serveis amb tarifa complementària, com el Planetari. Com que el nombre d'exposicions temporals no és constant, l'agregat presenta limitacions per a la comparabilitat en el temps i respecte a d'altres equipaments. Quan juxtaposem xifres sobre visitants, sovint desconexem a què es refereixen. És un fet que ve de lluny. Ventilats pels mitjans, el nombre de visites va erigir-se en l'únic indicador de gestió dels museus. Actualment, mitjans i administracions públiques recopilen i publiquen llistats on l'epígraf «visitants» no està harmonitzat. Per concretar-ho amb un exemple d'aquesta publicació, se'ns diu que el MNAC va tenir 769.914 visitants l'any 2005 i uns ingres-

⁵⁸ DECRET 21/2006, de 14 de febrer, pel qual es regula l'adopció de criteris ambientals i d'ecoeficiència en els edificis. DOGC núm. 4574 de 16/2/2006.

⁵⁹ Cal remarcar, en tot cas, la vocació col·laboradora amb museus homòlegs: l'entrada a CosmoCaixa donava dret, l'estiu de 2006, a accedir gratuïtament al Museu de Ciències Naturals de Barcelona; així mateix, s'organitzen actes conjunts amb altres museus.

⁶⁰ Pot ser anecdòtic, però és paradoxal que CosmoCaixa segueixi essent, a efectes de la Llei de Museus, una «col·lecció» en comptes d'un museu.

sos de 1,12 milions d'euros procedents de la venda de bitllets de les exposicions permanents. En el millor dels casos, amb totes les entrades venudes al 30 % de descompte sobre la tarifa de 8,5 €, tindríem 188.235 visitants a la permanent. El decalatge entre 188.235 i 769.914 il·lustra prou bé la diferència entre «visites» i «visitants». Per temàtica i per ser de nova planta, fóra lògic assajar paral·lelismes entre CosmoCaixa i el Museu de les Ciències Príncep Felip de València. Pretensió vana, ja que les dades que facilita el propi Museu o l'Ajuntament de València, tal i com es detallen a la taula 5, indiquen uns 3.000.000 visites/any. En contrast, una taula de les entrades venudes desagregada per mesos fa un total de 670.067 l'any 2003. Pel cas de la Comunitat Valenciana, Pau Rausell⁶¹ valora els efectes de computar els visitants de forma creativa afirmant que «...con las cifras de visitantes de los museos se juega alegremente porque se han convertido en el único indicador político de la eficiencia de su gestión. Y la mayoría de los museos, sean gratuitos o de pago, mienten, o exageran, o confunden». Que alguna de les administracions que recopilen estadístics convidés a la seva homologació, a no confondre visites i visitants, contribuiria a la credibilitat d'un sector que n'està necessitat.

L'atenció social farà desatendre la cultura?

La inauguració del CosmoCaixa coincideix en el temps amb una reorientació de l'Obra Social de "la Caixa". Un canvi de rumb gradual, que s'ha anat visualitzant el 2005 i el 2006, però profund alhora, que s'ha identificat com la «raó de ser» de la Caixa, la seva substància, com el retorn a l'esperit fundacional. Per a l'explicació d'aquest canvi no hem localitzat text més clar i explícit que el de Ricard Fornesa en la presentació de la memòria de l'Obra Social⁶² o presentant les línies d'actuació de l'Obra Social a Madrid⁶³. Per què a Madrid? Doncs perquè dos terços de les línies de negoci són fora de Catalunya. Afirmar que les actuacions culturals tenen un caire social d'integració... però que el pressupost anirà gravitant sobre l'aspecte social. L'argumentació és clara: «...Existe el deseo de ver una exposición o acudir a un concierto pero al mismo tiempo existe para otra mucha gente la necesidad de comer, de tener una vivienda digna, de tener un trabajo, de integrarse en la sociedad...Vamos a ir incidiendo cada vez más en atender estas necesidades que en satisfacer estos deseos» . Aquest nou gir es materialitza en l'eslògan «Obra Social, l'Ànima de la Caixa», objecte d'una intensa campanya de propaganda, que és l'últim anunci de l'any 2005 a TVE espanyola i TV3 o el penúltim a Antena 3 i Telemadrid⁶⁴.

Substituir l'obra cultural per la social no amplia la celebritat de la Caixa, en opinió del director general de la Fundació⁶⁵. Josep F. de Conrado i Villalonga defensa que l'obra cultural té molt més impacte que la social, ja que la cultural es fa en equipaments propis mentre que la social en

⁶¹ El País. Comunidad Valenciana 17/11/2005. RAUSELL, Pau. «Mentiras y museos».

⁶² Obra Social de "la Caixa". Informe anual 2005. Barcelona: 2006 DL B-16843-2006.

⁶³ La Gaceta de los Negocios, 03/04/2006.

⁶⁴ Expansión, 03/12/2005.

⁶⁵ Expansión: «Fuera de Serie», febrer de 2006. Entrevista a Josep F. Conrado de Villalonga.

col·laboració amb altres administracions i agents, el que fa més difícil generar impacte. La Fundació, en tot cas, té com a objectiu «...acercar la cultura al pueblo de una manera fácil y accesible pero con rigor y calidad. Ahora, con los mismos parámetros de exigencia, queremos cubrir necesidades de paro, vivienda, marginación, atención a discapacitados».

Del raonament del director general en podem compartir la lògica, però no sembla que la Caixa hagi de patir per la seva notorietat. Precisament els resultats d'un estudi⁶⁶ diuen que la Caixa encapçala el rànquing de notorietat i és la més eficient pel que fa a ràtio entre notorietat i inversió. La recerca conclou, fixem-nos-hi, que saber comunicar i cobrir les necessitats que reclama la societat són les claus per aconseguir impacte en les inversions de les obres socials i que, actualment, el rànquing de la demanda social és:

- assistència social i sanitària (68,9%);
- educació i investigació (12,6%);
- activitats culturals i lúdiques (8,8%);
- patrimoni (7,8%).

El canvi de rumb, doncs, és també un avís per a navegants. Posar l'accent en l'obra social no és una decisió exclusiva de La Caixa. Més enllà d'efectes mimètics, aquesta nova visió és compartida pel conjunt del sector. Després de bolcar-se en cultura, s'afirma⁶⁷, els nous programes de les caixes d'estalvi espanyoles se centren en immigració o maltractaments i apleguen entre el 20% i el 40% del pressupost.

Xavier Bru de Sala⁶⁸ obre noves interpretacions al gir social de la Caixa. A què respon? L'autor ho interpreta com a fruit de la fragilitat jurídica de les caixes a Espanya. Podrien desaparèixer si així ho decidís un govern amb prou majoria. L'estratègia de supervivència consistiria en prestar tants serveis que la societat es rebel·lés al primer símptoma d'expropiació. L'article conclou: «¿La Obra Social como Alma? Y como seguro de vida de las caixes, irremplazable por la cultura».

Difícilment pot negar-se a "la Caixa" la seva capacitat anticipatòria, tal i com manifestava Fornesa com a característica de l'Obra Social. Caldrà observar si la reorientació de la cultura cap a l'atenció social, que ja s'ha estès a d'altres caixes, es traslladarà al sector públic. L'estiu del 2006 els indicadors del Pla Estratègic de Barcelona alertaven sobre un retrocés en la protecció social⁶⁹, i una lectura dels indicadors mostrav un semàfor vermell en els referents a nens, avis, discapacitats i immigrants⁷⁰. Aquests indicadors mostren, en general, un creixement de l'oferta (places a les llars

⁶⁶ *Expansión*, 03/04/2006. Article sobre l'estudi de Stiga «Análisis de notoriedad e impacto de las fundaciones y obras sociales 2005».

⁶⁷ *El País* «Negocios», 30/04/2006.

⁶⁸ BRU DE SALA, Xavier: «Caixes y cultura». *La Vanguardia*, 09/11/2005.

⁶⁹ *El Periódico*, 30/07/06: «El Pla estratègic adverteix que BCN retrocedeix en protecció social».

⁷⁰ Universitat de Barcelona-AQR-Pla Estratègic Metropolità de Barcelona. *Indicadors de Seguiment del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona*. Any 2005. Barcelona, 2006, ISBN: 84-7609-541-4.

d'infants), però un increment més gran de la demanda social. A més de qüestionar els límits sobre benestar assolits en la nostra societat els darrers anys, aquestes noves necessitats poden repercutir en la inversió cultural, especialment pels profunds canvis en la seva concepció. Ja hem fet esment del rànquing de les demandes socials, encapçalades per l'assistència social i amb el patrimoni i les activitats culturals en el vago de cua de la demanda. I és que la cultura ja no s'experimenta, ni es valora ni es comprèn com a transcendent. Sembla que s'hagi convertit només en un pretext per al progrés sociopolític i el creixement econòmic⁷¹. Mai la cultura no havia tingut tanta repercussió mediàtica i econòmica com ara té, però tan escàs abast social. És ben paradoxal. S'ha instal·lat un desprestigi de l'oferta cultural, que, a diferència de moltes lleis de la natura, no ha de ser inexorable, com mostra el projecte del Museu de la Ciència.

«Chi non crede più in Dio crede a tutto» citava Umberto Eco en l'obertura d'un congrés internacional sobre informació científica⁷². En la ponència «Ciència, tecnologia i màgia», Eco afirma que la humanitat no només espera, sinó que pretén obtenir-ho tot de la tecnologia. Els mitjans confonen ciència i tecnologia, i consideren científic tot allò que és tecnològic. La màgia, al llarg de la història, ha estat i és la presumpció que es podia passar de cop d'una causa a un efecte sense passos intermedis. L'esperança en la màgia s'ha transferit a la tecnologia, i el prestigi de la ciència és la projecció d'aquest home que «creu en tot» i que té una imatge màgica de la ciència. No seran els mitjans, afirma Eco, els que ens separin de l'espiral de falses promeses i esperances defraudades. Són projectes com el nou Museu de la Ciència, que convoca a l'esperit crític, a pensar sense crosses ni manuals d'autoajuda. És un museu per al canvi social des del canvi personal. Per iniciar-lo cal només seguir la interpel·lació Il·lustrada: «atreveix-te a caminar».

⁷¹ YÚDICE, George (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

⁷² ECO, Umberto (2006). *A passo di gambero. Guerre calde e populismo mediatico*. Milano: Bompiani. 88-452-5620-0. La cita és atribuïda a Chesterton. Veure el capítol «Scienza, tecnologia e magia», p. 103-110.

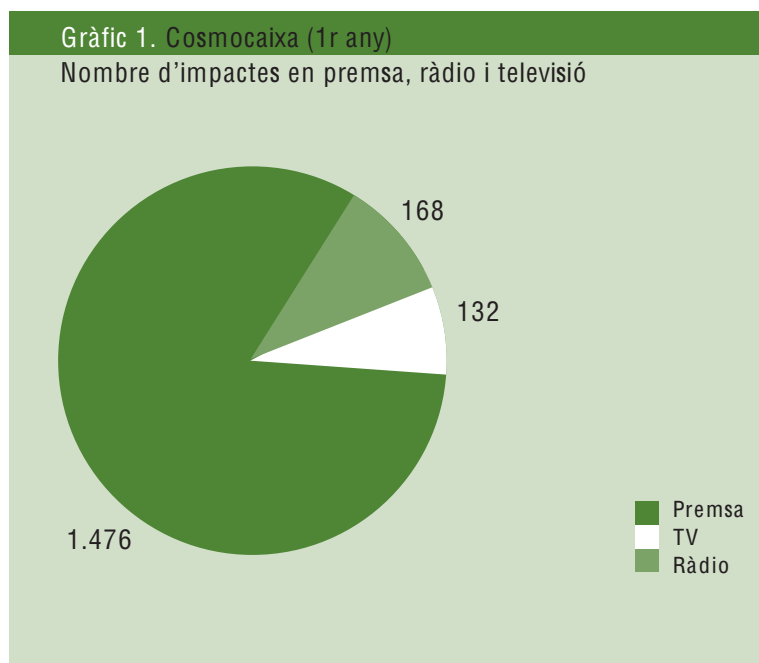
ANNEXOS

Taula 1. Evolució de visitants al Museu de la Ciència	
1981	170.240
1982	233.770
1983	246.995
1984	225.261
1985	283.324
1986	286.115
1987	293.269
1988	313.894
1989	502.871
1990	506.433
1991	356.779
1992	432.339
1993	432.378
1994	400.152
1995	367.013
1996	408.706
1997	366.154
1998	255.628
1999	260.722

*Fonts: Museu de la Ciència 1981-1993
Direcció General de Patrimoni 1994-1999*

Taula 2. Evolució de visitants a la sala permanent de CosmoCaixa			
	2004	2005	2006
gener		107.441	48.036
febrer		55.980	75.334
març		73.945	73.657
abril		57.412	77.188
maig		51.391	83.321
juny		36.267	53.528
juliol		46.176	52.410
agost		55.096	57.837
setembre	45.999	63.261	68.223
octubre	255.335	59.627	
novembre	246.653	62.655	
desembre	310.152	40.727	

Font: Cosmocaixa



Font: Fundació “la Caixa”

Taula 3. CosmoCaixa (1r. any)	
Distribució del nombre d'impactes per tipus d'activitat	
Inauguració	472
Els Vespres del Museu	129
Jules Verne	128
Jorge Wagensberg	126
Activitats infantils i educatives	67
Xifra visitants CosmoCaixa	63
Jornades al Museu	58
Premis	58
Presentacions paleontologia	50
Cursos al museu	48
Cicle dinosaures	48
Any mundial de la Física	45
Nadal al CosmoCaixa	45
Resta activitats (exposicions, congressos, infraestructures...)	439

Font: Fundació "la Caixa"

Taula 4. Evolució de visites al CosmoCaixa			
	2004	2005	2006
gener		138.103	122.636
febrer		84.974	170.786
març		113.574	170.439
abril		90.263	197.619
maig		83.144	210.370
juny		56.413	134.496
juliol		73.457	151.461
agost		86.885	207.760
setembre	45.999	189.141	160.302
octubre	255.335	200.771	
novembre	246.653	174.167	
desembre	310.152	133.302	

Font: Cosmocaixa

Taula 5. Evolució de visites al Museu de les Ciències Príncep Felip	
2001	3.480.225
2002	2.963.207
2003	3.320.243
2004	2.640.569
2005	2.732.995

(Font: Turisvalencia)